Turismo imitativo y vaciamiento simbólico: el caso de *El Bosque Encantado* en Baños de Agua Santa

Resumen:
En este artículo se analiza el impacto negativo que puede tener el turismo cuando adopta estrategias imitativas, sin respeto por la autenticidad simbólica ni por los procesos culturales originales. A partir del caso de *El Bosque Encantado*, un proyecto privado ubicado en Baños de Agua Santa, Ecuador, se evidencia cómo la apropiación simbólica y el respaldo institucional injustificado pueden generar desinformación, afectar la experiencia turística y deslegitimar el trabajo artístico de creadores originales como Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti, impulsores de *La Casa del Duende* y *La Aldea Mágica*. Se plantea una reflexión profunda sobre el rol de los municipios, el uso del poder económico y la necesidad de ética en la gestión turística cultural.

Introducción

El turismo es una fuerza poderosa que puede revitalizar economías locales, preservar patrimonio y fomentar el encuentro intercultural. Pero también puede convertirse en un arma de doble filo cuando se utiliza como herramienta para capitalizar símbolos culturales a través de la copia y la usurpación. Baños de Agua Santa, en Ecuador, es ejemplo de ambos extremos: una ciudad mágica que, en la última década, ha visto emerger una profunda propuesta artística con identidad simbólica propia, y al mismo tiempo, una ola de imitaciones comerciales vacías de contenido, muchas de ellas amparadas institucionalmente.

El caso: *El Bosque Encantado* y la apropiación institucional

El Bosque Encantado es una atracción turística promovida como parte del imaginario mágico de Baños. Sin embargo, su relato se sostiene sobre una apropiación simbólica directa del trabajo desarrollado desde 2013 por los artistas Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti, creadores de *La Casa del Duende* y posteriormente de *La Aldea Mágica*. Mientras estos artistas introdujeron de forma genuina la figura del duende como símbolo de arte viviente y conexión espiritual, *El Bosque Encantado* ha replicado superficialmente esa estética, presentándose como referente legítimo sin serlo.

Lo más grave es que esta apropiación no fue neutral: contó con respaldo institucional explícito por parte del Municipio de Baños, que en su sitio web oficial promociona exclusivamente *El Bosque Encantado* como destino temático, invisibilizando así a los verdaderos impulsores del fenómeno cultural que dio sentido a la figura del duende en la región.

Nepotismo y concentración económica

Detrás de *El Bosque Encantado* se encuentra la familia Chávez, una de las más influyentes del cantón, con extensos intereses en el sector inmobiliario y turístico. El proyecto no nace de una necesidad cultural, sino de una estrategia de capitalización de una tendencia ya existente, impulsada por terceros. La promoción del lugar en los canales institucionales, sin competencia ni mención a las propuestas originales, evidencia un claro caso de nepotismo y tráfico de influencias.

La página del GAD Municipal, al día de hoy, no menciona a *La Casa del Duende* ni a *La Aldea Mágica*, a pesar de que estas han sido documentadas en múltiples investigaciones académicas, y han movilizado a más de 200.000 visitantes desde el sector independiente (Girolami & Lucz-Ligeti, 2025).

Turismo sin alma y experiencias empaquetadas

El turismo imitativo produce experiencias empaquetadas, vacías de contenido simbólico. Esto se traduce en atracciones que apelan al disfraz, a la foto viral y a la propina a empleados vestidos como príncipes, pero que carecen de narrativas profundas, de conexión artística o de respeto por la historia.

Numerosos testimonios en las reseñas de Google señalan malos tratos, cobros injustificados y un trato precario a los trabajadores de *El Bosque Encantado*, quienes deben sostener parte de sus ingresos a través de las propinas que dejan los visitantes. Esto no es turismo responsable: es explotación emocional y económica.

La responsabilidad del Estado y los municipios

Cuando un municipio decide promocionar únicamente una propuesta privada, sin criterios de calidad simbólica o autoral, incurre en una forma de censura cultural pasiva. Afecta la libre competencia, distorsiona el relato turístico y deslegitima el trabajo independiente. El caso de Baños de Agua Santa debe servir de alerta para otros territorios: el Estado no puede convertirse en cómplice de quienes copian, imitan y lucran desde la mentira.

Conclusión

El verdadero turismo cultural nace desde la autenticidad, no desde la réplica. El caso de *El Bosque Encantado* en Baños de Agua Santa representa una aberración simbólica, una estrategia de avaricia que intenta borrar a los verdaderos creadores de una identidad mágica construida con años de trabajo.

Defender la autoría no es ego; es memoria cultural. Los turistas tienen derecho a saber quién creó el símbolo que están fotografiando. Y los municipios tienen el deber ético de

garantizar que las propuestas que promocionan no sean un disfraz de cartón, sino una puerta al alma del lugar.

Bibliografía

- Girolami, F. & Lucz-Ligeti, C. (2025). *Duendes en Baños de Agua Santa: Origen artístico, apropiación turística y disputas de autenticidad cultural*. Observatorio Andino de Cultura y Memoria Simbólica. https://zenodo.org/records/16541749

- Observatorio de Cultura y Turismo Independiente. (2025). *Apropiación simbólica y turismo sin alma: El caso del Bosque Encantado en Baños de Agua Santa*. https://zenodo.org/records/16542077